	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(63)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	ADOLFO SANJUAN ARCINIEGAS JESUS ALFONSO ARIAS GUERRERO		
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	CONTADURIA PUBLICA		
DIRECTOR	BRAYLEY AREVALO NAVARRO		
TÍTULO DE LA TESIS	CARACTERIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO TRIBUTARIO DE LOS RESPONSABLES DEL IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO EN EL SERVICIO DE RESTAURANTE SECTOR PANADERÍA EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER.		
RESUMEN (70 palabras aproximadamente)			
<p>EN LA SIGUIENTE INVESTIGACION SE ANALIZO LA CARACTERIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO TRIBUTARIO DE LOS RESPONSABLES DEL IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO EN EL SERVICIO DE RESTAURANTE SECTOR PANADERÍA EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER, DONDE EL PROPOSITO GENERAL FUE DESCUBRIR LAS RAZONES POR LAS CUALES EXISTEN FALENCIAS EN LOS COMERCIANTES EN LA IMPLEMENTACION Y CONTRIBUCION DEL IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO, DONDE SE PRESENTAN EVASIONES DE LA MISMA.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 63	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 16	CD-ROM: 1



**CARACTERIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO TRIBUTARIO DE LOS
RESPONSABLES DEL IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO EN EL SERVICIO DE
RESTAURANTE SECTOR PANADERÍA EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA NORTE DE
SANTANDER.**

AUTORES:

ADOLFO SANJUAN ARCINIEGAS

JESUS ALFONSO ARIAS GUERRERO

Trabajo de grado presentado para optar el título de contador público

Director.

BRAYLEY AREVALO NAVARRO

CONTADOR PÚBLICO

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CONTADURIA PÚBLICA
OCAÑA 2018**

DEDICATORIA

A Dios por ser quien me permitió realizar este proceso que ahora termina con éxito.

A mis padres Adolfo Sanjuán Pacheco y María Isabel Arciniegas y hermanos por su comprensión y apoyo incondicional, pero principalmente por su dedicación y su gran amor.

A mi pareja sentimental ingeniera Kelly Solbey Chinchilla Quintero por ser esa persona que me motivo cada día a seguir luchando para alcanzar todas mis metas, brindándome su más sincero amor. Y finalmente a una persona que donde quiera que esté siempre me cuida mi abuela ANA PACHECO.

Adolfo Sanjuán Arciniegas

DEDICATORIA

Gracias a Dios por permitir culminar este ciclo en mi vida.

A mi Madre Diosemira Guerrero por ese apoyo y amor incondicional.

A mi esposa Maira Alejandra Ojeda Roldan y mi gran bendición mi hijo Nicolás Arias Ojeda.

Jesús Alfonso Arias Guerrero

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan sus agradecimientos al especialista, BRAYLEY AREVALO NAVARRO, director del trabajo de grado por el respaldo, colaboración y asesoría.

A LOS COMERCIANTES SECTOR PANADERIA DE LA CIUDAD DE OCAÑA y las personas que de una u otra manera colaboraron con la realización de este trabajo de grado.

Adolfo Sanjuán y Jesús Arias

Índice

Capítulo 1. Caracterización del comportamiento tributario de los responsables del impuesto nacional al consumo en el servicio de restaurante sector panadería en el municipio de Ocaña Norte de Santander.....	11
1.1 Planteamiento del problema.....	11
1.2 Formulación del problema	12
1.3 Objetivos	12
1.3.1 Objetivo General.	12
1.3.2 Objetivos Específicos.....	13
1.4 Justificación.....	13
1.5 Delimitaciones.....	14
1.5.1 Delimitación Operativa.	14
1.5.2 Delimitación Conceptual.....	15
1.5.3 Delimitación Geográfica.	15
1.5.4 Delimitación Temporal	15
 Capítulo 2. Marco Referencial.....	 16
2.1. Marco Histórico	16
2.2 Marco Contextual.....	17
2.3 Marco Conceptual	19
2.3.1 Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales-DIAN.....	19
2.3.2 Factura.	19
2.3.3 Tributación.	19
2.3.4 Contribuyente.....	19
2.3.5 Impuesto.....	20
2.3.6 Impuesto al Valor Agregado-IVA.....	20
2.3.7 Registro único tributario-RUT.	20
2.4 Marco teórico	20
2.4.1 Clasificación de los Ingresos Públicos.....	21
2.5 Marco legal.....	22
2.5.1 La ley 1607 de 2012.....	22
2.5.2 Estatuto tributario.....	24
2.5.3 Ley 43 de 1990 Leyes que regulan la contaduría pública en Colombia..	25

2.5.4 Ley 1314 del 13 julio 2009.	25
Capítulo 3. Diseño Metodológico	27
3.1 Tipo de Investigación	27
3.2 Población y muestra	28
3.2.1 Población.....	28
3.2.2 Muestra.....	28
3.3 Técnicas de recolección de información	28
3.4 Técnicas para el análisis de la información.....	28
3.4.1 Obtener la información..	28
3.4.2 Capturar, transcribir y ordenar la información.....	29
3.4.3 Integrar la información.....	29
Capítulo 4. Administración del proyecto	30
4.1 Recursos humanos.....	30
4.2 Recursos institucionales	30
4.3 Recursos financieros	30
Capítulo 5. Resultados	32
5.1 Elaborar un diagnóstico contable de las panaderías que se encuentran legalmente constituidas en la ciudad de Ocaña norte de Santander.	32
5.2 Analizar el comportamiento tributario de los responsables del impuesto al consumo en el sector panadería.....	39
5.3 Establecer estrategias que coadyuven al contribuyente del Impuesto al Consumo para que cumplan tributariamente y así eviten sanciones que deterioren su patrimonio.....	49
Capítulo 6. Conclusión.....	51
Capítulo 7. Recomendaciones	52
Referencias.....	53
Apéndices	56

Lista de Tablas

Tabla 1 Presupuesto del proyecto	31
Tabla 2 ¿El representante legal se encuentra registrado en el Registro Único Tributario?	32
Tabla 3 ¿Se encuentra legalmente registrado en Industria y comercio, Registro mercantil, Uso del suelo, Cuerpo oficina de bomberos?.....	33
Tabla 4 ¿Manejan libro de contabilidad?.....	35
Tabla 5 ¿Requieren de los servicios de un contador público?.....	36
Tabla 6 ¿Son responsables en la renovación de los documentos para la legalidad del establecimiento?.....	37
Tabla 7 ¿Cumplen con el proceso de facturación?	38

Lista de Figuras

Figura 1 ¿ El representante legal se encuentra registrado en el Registro Único Tributario?.....	33
Figura 2. ¿Se encuentra legalmente registrado en Industria y comercio, Registro mercantil, Uso del suelo, Cuerpo oficina de bomberos?.....	34
Figura 3. ¿Manejan libro de contabilidad?	35
Figura 4. ¿Requieren de los servicios de un contador público?.....	36
Figura 5. ¿Son responsables en la renovación de los documentos para la legalidad del establecimiento?.....	37
Figura 6. ¿Cumplen con el proceso de facturación?	38
Figura 7. ¿Usted conoce que son tributos o impuestos?	40

Figura 8. ¿Conoce que obligaciones tributarias tiene?	41
Figura 9. ¿Contribuye al Impuesto Nacional al Consumo?	42
Figura 10. ¿Conoce a cuál de las clasificaciones del Impuesto Nacional al Consumo pertenece su negocio?.....	43
Figura 11. ¿De qué manera obtuvo usted este conocimiento?.....	44
Figura 12. ¿Según su criterio el conocimiento que posee del Impuesto Nacional al Consumo es?	45
Figura 13. ¿Qué tipo de dificultades se le han presentado para implementar el Impuesto Nacional al Consumo en su establecimiento?.....	46
Figura 14. ¿Se siente conforme con su conocimiento sobre el Impuesto Nacional al Consumo?47	
Figura 15. ¿Siente usted motivación para estar al tanto de la información tributaria de su establecimiento?.....	48
Figura 16. ¿Sobre qué tema relacionado con el Impuesto Nacional al Consumo le gustaría conocer?	49

Capítulo 1. Caracterización del comportamiento tributario de los responsables del impuesto nacional al consumo en el servicio de restaurante sector panadería en el municipio de Ocaña Norte de Santander.

1.1 Planteamiento del problema

El gobierno nacional en aras de diseñar estrategias de recolección de impuestos ha diseñado varias reformas que permiten una eficiente política tributaria con el fin de disminuir los índices de elusión, evasión que se presentan en el país, obtención de los recursos necesarios para financiar nuestro país sin necesidad de aumentar la deuda pública existente. Lo que ha elevado impuestos y descontento de los contribuyentes, pues se ven obligados a adaptarse a los diferentes cambios que se presentan con la normatividad vigente y de esta manera evitar sanciones o requerimientos que perjudiquen el buen funcionamiento de su empresa.

Con la expedición de la ley 1607, se crea el Impuesto Nacional al Consumo - INC, el cual es un tributo de carácter monofásico generado por la prestación o la venta al consumidor final, o la importación por parte del usuario final, de los siguientes bienes y servicios: La prestación del servicio de telefonía móvil; la venta de algún bien corporal mueble de producción doméstica o importado (vehículos automóviles, barcos, aviones y el servicio de expendio de comidas y bebidas preparadas (LEGIS Comunidad Contable, 2016). El impuesto nacional al consumo constituye para el comprador un costo deducible del impuesto sobre la renta como mayor valor del bien o servicio adquirido y no genera impuestos descontables en IVA. (Domínguez, 2014)

Para este caso que nos compete se escogió el servicio de expendio de comidas y bebidas preparadas, por ello se tomó el servicio de restaurante en el sector panaderías en el municipio de Ocaña, N.S., para el cual se hará un análisis a los contribuyentes del impuesto al consumo y de esta manera conocer el grado de cumplimiento por parte de los propietarios de estos establecimientos de comercio; y así poder establecer estrategias que mejoren a la adaptación de este impuesto sin que se vea afectado el contribuyente, y poder cumplir con el deber formal de tributar de acuerdo a las disposiciones legales en materia de impuestos.

1.2 Formulación del problema

¿Los propietarios del sector panaderías del municipio de Ocaña, N.S., cumplen con los lineamientos en materia tributaria en cuanto al Impuesto nacional al consumo?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General.

Caracterizar el comportamiento tributario de los responsables del Impuesto nacional al consumo en el servicio de restaurante sector panadería en el municipio de Ocaña Norte de Santander.

1.3.2 Objetivos Específicos.

Elaborar un diagnóstico contable de las panaderías que se encuentran legalmente constituidas en la ciudad de Ocaña norte de Santander.

Analizar el comportamiento tributario de los responsables del impuesto al consumo en el sector panadería.

Establecer estrategias que coadyuven al contribuyente del impuesto al consumo para que cumplan tributariamente y así eviten sanciones que deterioren su patrimonio.

1.4 Justificación

Con el desarrollo de este documento es necesario estudiar el comportamiento que han tenido los contribuyentes del impuesto al consumo en el sector panadería en el municipio de Ocaña, N.S., y así establecer su cumplimiento y de esta manera establecer estrategias que coadyuven a los contribuyentes a mejorar la eficiencia en la presentación y pago de dicho impuesto en aras de evitar sanciones por el incumplimiento del mismo.

Actualmente en Colombia mediante la ley 1607 de 2012, se estableció el impuesto al consumo, por ello es necesario conocer el grado de aceptación del mismo, para así fortalecer las falencias que se observan en la presentación de este impuesto y así cumplir con los lineamientos establecidos en dicha ley para generar una cultura de pago eficiente que se refleje en el

cumplimiento de la norma, y de esta manera los contribuyentes aumenten el recaudo de este impuesto ante la DIAN.

No obstante los impuestos en Colombia vienen siendo objeto de continuo cambio, por cuanto no se ha encontrado una reforma estructural que se adecue al sistema tributario que permita que Colombia se sostenga con recursos propios, sin recurrir a la deuda pública, es por ello que día a día se presentan cambios tanto en el sistema de tributación como en los impuestos que recaen sobre el contribuyente (Clavijo, 2005)

De allí que nace el impuesto al consumo el cual está grabado en cabeza del consumidor final, el cual se creó con la ley 1607 de 2012, recayendo sobre algunos bienes o servicios tales como el servicio de telefonía móvil celular, el expendio de comidas preparadas y bebidas, entre otros, es un impuesto directo, con este se crean nuevas responsabilidades para los contribuyentes y mayor complejidad de implementación además de que el contribuyente debe adaptarse a cumplir con los lineamiento y normatividad en materia tributaria sobre el impuesto al consumo (Neira Triana, 2014).

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Delimitación Operativa. El proyecto se desarrolló con base en los parámetros que este requiere, sin embargo hubo información que amerito modificaciones significativas, se buscó dar respuesta a los interrogantes presentados lo cual contribuya con la claridad de los mismos.

1.5.2 Delimitación Conceptual. El presente trabajo de investigación se basará en temas relacionados con: tributación, gravámenes, impuestos, impuesto nacional al consumo, contribuyentes, facturas, responsabilidad 33 y 34.

1.5.3 Delimitación Geográfica. El estudio se realizará en la ciudad de Ocaña del departamento Norte de Santander.

1.5.4 Delimitación Temporal: La presente investigación tendrá un período de realización de cinco (5) meses.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1. Marco Histórico

La historia de los impuestos en Colombia comienza con la colonización de los conquistadores españoles, que enviaban oro, piedras preciosas y alimentos a los monarcas españoles como forma de gravamen (Hernández Bedoya, s.f). El impuesto es un tributo obligatorio que hacen los ciudadanos de un país a su gobierno, de tal forma que este obtenga los ingresos presupuestales necesarios para desarrollar sus funciones y satisfacer las necesidades básicas de educación, alimentación, seguridad y salud de todos los habitantes (Hernández Bedoya, s.f). Los tributos han existido a lo largo de toda la historia de la humanidad y surgen con las ofrendas a los dioses, la financiación de las guerras y la piratería (Gómez Ceron, 2013).

Mediante Decreto 2117 de 1992, se fusionaron la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales y la Dirección de Aduanas Nacionales, dando origen a la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), entidad que asumió también funciones de estadística y doctrina respecto de los impuestos territoriales que correspondían a la Dirección General de Apoyo Fiscal, y de Control y Vigilancia sobre el cumplimiento del régimen cambiario que tenía asignadas las superintendencia de cambios . Este mismo Decreto estableció la naturaleza jurídica de la DIAN como una unidad administrativa especial de carácter técnico, adscrita al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, la cual debería contar con regímenes especiales en materia de nomenclatura, clasificación, carrera administrativa, salarios, prestaciones, régimen disciplinario, presupuesto y contratación administrativa. Igualmente

estableció, entre otros aspectos, su competencia, jurisdicción y domicilio, así como su patrimonio y recursos económicos. (Valencia y Díaz, 2012)

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), es el encargado de vigilar el cumplimiento de las normas referentes a los impuestos en Colombia (DIAN, 2018).

El impuesto es un tributo obligatorio que hacen los ciudadanos de un país a su gobierno, de tal forma que este obtenga los ingresos presupuestales necesarios para desarrollar sus funciones y satisfacer las necesidades básicas de educación, alimentación, seguridad y salud de todos los habitantes (Hernández Bedoya, 2014).

2.2 Marco Contextual

Ocaña es uno de los cuarenta (40) municipios que conforman el departamento Norte de Santander, que está localizado bajo las siguientes coordenadas geográficas 8° 14' 15" Latitud Norte y 73° 2' 26" Longitud Oeste y su altura sobre el nivel del mar es de 1.202 m. En el municipio de Ocaña las actividades económicas fundamentales son la agricultura, la ganadería y el comercio. En donde se desencadena el comercio con actividades tradicionales que contribuyen al soporte de la economía de la región (Alcaldía de Cúcuta, 2018).

El impuesto sugiere que la mejor estructura tributaria es aquella en que el planificador maximiza la función de bienestar social (el agregado de utilidades individuales). Si el planificador no tiene restricciones para elegir entre estructuras impositivas alternativas y no

existen diferencias significativas en la capacidad de pago de los contribuyentes, el impuesto es aquel que minimiza las distorsiones en el mercado (Vazques y Jiménez , 2015).

La panadería es el negocio especializado en la producción y venta de diferentes tipos de pan, así como también de todo tipo de productos hechos en base a la harina y a los bollos de masa, en este lugar se puede vender entonces, además de pan, galletas, masas finas, tortas, muffins, masa para pizzas, tartas y en algunos casos también comidas saladas (Navarro Clavijo, 2015, p. 25).

Además la panadería es uno de los locales más tradicionales y populares ya que los productos que allí se encuentran son de gran variedad y pueden estar entre los más baratos del mercado (especialmente cuando se habla del pan), aunque las panaderías pueden vender productos de alta calidad y muy exquisitos como son las tortas o las masas finas (Navarro Clavijo, 2015, p.26).

Navarro Clavijo (2015) afirma que el estilo de la panadería como local ha ido variando con los tiempos, por lo cual hoy podemos encontrar muchos establecimientos panaderos que elaboran su propia producción (lo cual se da en la mayoría de los casos), mientras otros establecimientos sólo se encargan de poner en venta productos que son elaborados en una planta mayor o en otra panadería (p. 26). En el primero de los casos, el local de venta al público está acompañado por una panadería que se ubica inmediatamente a continuación del mismo y donde se preparan la totalidad de los productos a vender (Navarro Clavijo, 2015, p. 26).

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales-DIAN. La DIAN (2018) se constituyó como Unidad Administrativa Especial, mediante Decreto 2117 de 1992, cuando el 1º de junio del año 1993 se fusionó la Dirección de Impuestos Nacionales (DIN) con la Dirección de Aduanas Nacionales (DAN). La DIAN hace presencia en 49 ciudades de Colombia. Está constituida por los bienes que posee y por los que adquiere a cualquier título o le sean asignados con posterioridad.

2.3.2 Factura. Es un documento con valor probatorio y que constituye un título valor, que el vendedor entrega al comprador y que acredita que ha realizado una compra por el valor y productos relacionados en la misma. (Prieto, 2013).

2.3.3 Tributación. Tiene por objeto recaudar los fondos que el Estado necesita para su funcionamiento pero, según la orientación ideológica que se siga, puede dirigirse también hacia otros objetivos: desarrollar ciertas ramas productivas, redistribuir la Riqueza, etc. (Aguirre de Espinoza, 2011)

2.3.4 Contribuyente. El contribuyente es la persona o entidad que tiene la obligación de pagar un impuesto, es el obligado frente a la Hacienda Pública por haber realizado algún acto que genera el deber de pagar una cuota, Hay diversos actos que originan la obligación de pagar al Estado: la obtención de rentas, el consumo, el uso o disfrute de determinados elementos

públicos. A veces, el obligado a contribuir no es el mismo individuo que realiza el pago de la obligación (Muñoz, 2016).

2.3.5 Impuesto. Es definitiva los impuestos son tributos que pagamos cada persona, familiar o empresa al Estado para poder pagar las necesidades colectivas, que afectan a toda la población. Todos los impuestos no son iguales, porque no todos pagamos los mismos impuestos, dependiendo de nuestra riqueza deberemos pagar más o menos (Broseta, 2017).

2.3.6 Impuesto al Valor Agregado-IVA. Este se cobra sobre la mayoría de los bienes y servicios, y se aplica sobre el consumo; de manera tal que cada vez que una persona adquiere un bien de consumo, asume aparte del costo del producto, un costo asociado al impuesto IVA (Salazar López, 2016).

2.3.7 Registro único tributario-RUT. Es un mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto de renta y no contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio, los responsables del régimen común, los pertenecientes al régimen simplificado, los agentes retenedores, los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros; y los demás sujetos de obligaciones administradas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (Rivas, 2012).

2.4 Marco teórico

Una ciudad o país se considera desarrollada cuando las relaciones sociales dominantes

están regidas por la lógica de la economía de mercado y cuando la estructura productiva se basa en la dinámica comercial que prevalece en su zona de influencia y además tiene un Estado unificado que opera en un sistema político de democracia liberal (Vázquez y Jiménez, 2015).

Los impuestos constituyen la parte más representativa de los ingresos del estado cuya función es generar bienestar social con el recaudo que se realice. La tributación es responsabilidad de los contribuyentes quienes recíprocamente obtienen beneficios futuros representados en obras públicas, salud, educación, vivienda, deporte, entre otros, siendo esto parte de la necesidad social que garantiza la calidad de vida. Es por esto que se da lugar a la modificación tarifaria o creación de nuevos impuestos acordes a suplir con inversión los sectores que el gobierno considere más vulnerables, esto es posible con la instauración de reformas tributarias, un claro ejemplo es la Ley 1607 del 26 de diciembre de 2012 que cumple con las condiciones anteriores; mediante esta se crea el Impuesto Nacional al Consumo INC con una destinación específica para deporte y fomento cultural. (López y Zorro, 2015, p. 20)

2.4.1 Clasificación de los Ingresos Públicos.

Restrepo (2000: pp. 132-137) a través de sus publicaciones afirma que la clasificación planteada de los ingresos públicos es ingresos ordinarios, extraordinarios y recurso de crédito; definiendo que los ingresos ordinarios hacen referencia a aquellos que con cierta regularidad entran al patrimonio público, tales como las tasas, los parafiscales y los impuestos. Los extraordinarios, en oposición ingresan de forma esporádica y por lo general son menos

significativos. En tercer lugar el recurso de crédito, representa la deuda tanto interna como externa (Neira Triana, 2014, p. 11).

De acuerdo a la terminología que utiliza el estatuto orgánico del presupuesto nacional, Decreto 111 de 1996, los ingresos nacionales se clasifican, en: ingresos corrientes, contribuciones parafiscales, ingresos de establecimientos públicos, recursos de capital y fondos especiales. Así mismo, es habitual encontrar que los ingresos corrientes se subdividen a su vez en tributarios (producto de los impuestos) y no tributarios (tasas y multas), estos se pueden definir de la siguiente manera (Neira Triana, 2014, p. 11):

- Tasas: son las remuneraciones que deben los particulares por ciertos servicios del Estado. La principal diferencia con los impuestos es en principio que estos no implican contraprestación directa del Estado.
- Contribución parafiscal: se trata de pagos que deben hacer los usuarios de ciertos organismos públicos o semipúblicos para asegurar el financiamiento de estas entidades.
- Impuesto: se trata de una prestación pecuniaria por parte de los particulares y sin contraprestación alguna, con el objeto de atender las cargas públicas. Existen dos grandes tipos directos e indirectos.

2.5 Marco legal

2.5.1 La ley 1607 de 2012. Crea el impuesto nacional al consumo a partir del 1 de enero de 2013, cuyo hecho generador será la prestación o la venta al consumidor final o la importación

por parte del consumidor final, de los siguientes servicios y bienes. (Comunidad Contable, 2016)

1. La prestación de los servicios de telefonía móvil, internet y navegación móvil, y servicio de datos según lo dispuesto en el artículo 512-2 de este Estatuto.

2. Las ventas de algunos bienes corporales muebles, de producción doméstica o importados, según lo dispuesto en los artículos 512-3, 512-4 Y 512-5 de este Estatuto. El impuesto al consumo no se aplicará a las ventas de los bienes mencionados en los artículos 512-3 y 512-4 si son activos fijos para el vendedor, salvo de que se trate de los automotores y demás activos fijos que se vendan a nombre y por cuenta de terceros y para los aerodinos.

3. El servicio de expendio de comidas y bebidas preparadas en restaurantes, cafeterías, autoservicios, heladerías, fruterías, pastelerías y panaderías para consumo en el lugar, para ser llevadas por el comprador o entregadas a domicilio, los servicios de alimentación bajo contrato, y el servicio de expendio de comidas y bebidas alcohólicas para consumo dentro de bares, tabernas y discotecas; según lo dispuesto en los artículos 512-8, 512-9, 512-10, 512-11, 512-12 Y 512-13 de este Estatuto, ya sea que involucren o no actividades bajo franquicia, concesión, regalía, autorización o cualquier otro sistema que implique la explotación de intangibles.

El impuesto se causará al momento del desaduanamiento del bien importado por el consumidor final, la entrega material del bien, de la prestación del servicio o de la expedición de la cuenta de cobro, tiquete de registradora, factura o documento equivalente por parte del responsable al consumidor final (Congreso de Colombia, 2016).

Son responsables del impuesto al consumo el prestador del servicio de telefonía móvil, datos y/o internet y navegación móvil, el prestador del servicio de expendio de comidas y bebidas, el importador como usuario final, el vendedor de los bienes sujetos al impuesto al consumo y en la venta de vehículos usados el intermediario profesional (Congreso de Colombia, 2016).

En conclusión, los impuestos son un factor importante de las finanzas públicas a cualquier nivel, ya que son la base de su sostenimiento y constituyen el sustento del gasto público. La clasificación de los ingresos del Estado surge de criterios técnicos, sobre los cuales se definen las fuentes de financiamiento en los niveles nacional, departamental y municipal (Ramos Ramos, 2010)

2.5.2 Estatuto tributario. El cual se encuentra consagrado en el Numeral 3 del artículo 512-1 del estatuto tributario, establece un impuesto del 8% para el servicio de expendio de comidas y bebidas preparadas en restaurantes, cafeterías, autoservicios, heladerías, fruterías, pastelerías y panaderías para consumo en el lugar, para ser llevadas por el comprador o entregadas a domicilio, los servicios de alimentación bajo contrato, y el servicio de expendio de comidas y bebidas alcohólicas para consumo dentro bares, tabernas y discotecas (Zuluaga Potes, 2017).

Debemos tener claro, que si los productos de panadería se venden en empaque o bolsa para llevar, estos productos deberán ser facturados de acuerdo a los artículos 424, 468 y 468-1 del estatuto tributario, es decir con IVA y tendrán lugar a hacer descontables los iva's de las

materias primas que fueron utilizadas para su producción, bajo un proceso de prorrateo (Gómez Ceron, 2013).

2.5.3 Ley 43 de 1990 Leyes que regulan la contaduría pública en Colombia. Para comprender la contabilidad y llevarla en debida forma, es preciso conocer el marco jurídico que la regula. El marco jurídico de la contabilidad en Colombia está conformado por la ley 145 de 1960, en los artículos que aún siguen vigentes. Por la ley 43 de 1990, por el decreto 2649 de 1993 y por el código de comercio. Quizás la norma más importante es el decreto 2649 de 1993, por cuanto es esta la norma que regula los principios que debe observar la contabilidad. La contabilidad para que tenga validez como prueba y para que cumpla con sus objetivos, debe ajustarse a lo dispuesto por el decreto 2649 de 1993. La ley 43 de 1990 reglamenta la profesión de Contador público, profesional en el que recae la responsabilidad de llevar la contabilidad en debida forma, esto es que debe asegurarse que la contabilidad cumpla con todas las normas que la reglamentan (Ortiz, 2015).

2.5.4 Ley 1314 del 13 julio 2009. Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptadas en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento”. Lo cual le permitirá a los empresarios del país y a los Contadores Públicos, inscribirse desde el reconocimiento del entorno nacional en el proceso de la globalización económica (Abril, 2014).

Para los propósitos de esta ley, se entiende por normas de contabilidad y de información financiera el sistema compuesto por postulados, principios, limitaciones, conceptos, normas

técnicas generales, normas técnicas específicas, normas técnicas especiales, normas técnicas sobre revelaciones, normas técnicas sobre registros y libros, interpretaciones y guías, que permiten identificar, medir, clasificar, reconocer, interpretar, analizar, evaluar e informar, las operaciones económicas de un ente, de forma clara y completa, relevante, digna de crédito y comparable. (Congreso de Colombia, 2015)

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de Investigación

El término metodología hace referencia al modo en que enfocamos los problemas y buscar las respuestas, a la manera de realizar la investigación. Nuestros supuestos teóricos y perspectivas, y nuestros propósitos nos llevan a seleccionar una u otra metodología.

En nuestro ámbito de estudio han prevalecido dos principales corrientes teóricas:

¾ El positivismo de finales del siglo IXX y primeras décadas del XX [August Comte, Emile Durkheim. Busca los hechos o las causas de los fenómenos sociales, con independencia los estados subjetivos de los individuos. Para Durkheim, el científico social debe de considere los hechos o los fenómenos sociales como cosas que ejercen una influencia externa sobre personas. En sentido amplio, pude definirse la metodología cualitativa como la investigación que prod datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta Observable. (Quecedo, 2002)

El estudio es de tipo descriptivo con enfoque al comportamiento tributario presentado por los contribuyentes dedicados a las actividades 1081 Elaboración de productos de panadería, el estudio se realizó por método cualitativo frente al impuesto nacional al consumo, por medio de entrevistas se pudo determinar esta conducta tributaria en el municipio de Ocaña Norte de Santander.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población. La población objeto del presente estudio la conforman los contribuyentes con establecimientos dedicado a la actividad 1081 elaboración de productos de panadería ubicadas en el sector urbano del municipio de Ocaña norte de Santander.

3.2.2 Muestra. Para el estudio se tuvo en cuenta las cuarenta y un (41) panaderías que están legalmente constituidas ante cámara y comercio del municipio de Ocaña. Esta información fue suministrada por el director de sistemas de la cámara y comercio.

3.3 Técnicas de recolección de información

Para la recolección de la información se realizaron encuestas, las cuales se aplicaron a la población objeto de estudio, mediante la técnica del cuestionario, conformado por preguntas cerradas y de opción múltiple con única respuesta, dirigida a los comerciantes en el sector panadería del municipio de Ocaña.

3.4 Técnicas para el análisis de la información.

3.4.1 Obtener la información. A través del registro sistemático de lista de chequeo, de la obtención de documentos de diversa índole, encuestas y de la realización de entrevistas no estructuradas, observaciones o grupos de discusión.

3.4.2 Capturar, transcribir y ordenar la información. La captura de la información se hace a través de diversos medios. Específicamente, en el caso de las encuestas se tabularán los datos recolectados.

3.4.3 Integrar la información. Relacionar las categorías obtenidas en el paso anterior, entre sí y con los fundamentos teóricos de la investigación. El proceso de codificación fragmenta las transcripciones en categorías separadas de temas, conceptos, eventos o estados.

Capítulo 4. Administración del proyecto

4.1 Recursos humanos

Para el desarrollo de este trabajo de grado se contó con la participación de las siguientes personas:

Adolfo Sanjuán Arciniegas - Estudiante

Jesús Alfonso Arias Guerrero - Estudiante

Brayley Arévalo Navarro - Director.

4.2 Recursos institucionales

Biblioteca Argemiro Bayona Portillo de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Alcaldía municipal de Ocaña, Norte de Santander

Cámara de Comercio Ocaña, Norte de Santander

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)

4.3 Recursos financieros

Tabla 1*Presupuesto del proyecto*

INGRESOS		\$ 880.000
EGRESOS		
Papelería	\$ 140.000	
Transporte	\$ 150.000	
Asesoría	\$ 450.000	
Imprevistos	\$ 80.000	
Suministro de Información	\$ 60.000	
Sumas Iguales	\$ 880.000	\$ 880.000

Nota. La tabla muestra el presupuesto del proyecto, indicándose los ingresos y egresos utilizados para la realización del mismo.

Fuente: Autores del Proyecto.

Capítulo 5. Resultados

5.1 Elaborar un diagnóstico contable de las panaderías que se encuentran legalmente constituidas en la ciudad de Ocaña norte de Santander.

Para dar cumplimiento al primer objetivo se tuvo en cuenta la información brindada por la cámara de comercio, en cuyo contenido se evidenciaron cuarenta y una (41) panaderías legalmente constituidas en el municipio de Ocaña norte de Santander.

Tabla 2

¿El representante legal se encuentra registrado en el Registro Único Tributario?

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	41	100%
NO	0	0%
TOTAL	41	100%

Nota. En esta tabla se registraron los datos obtenidos del diagnóstico contable. Fuente: Autores del proyecto.



Figura 1 ¿ El representante legal se encuentra registrado en el Registro Único Tributario?.

Según el gráfico (Ver Figura 1), el 100% de los comerciantes pertenecientes al sector panadería de la ciudad de Ocaña, se encuentran legalmente matriculado en el Registro Único Tributario.

Tabla 3

¿Se encuentra legalmente registrado en Industria y comercio, Registro mercantil, Uso del suelo, Cuerpo oficina de bomberos?

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	41	100%
NO	0	0%
TOTAL	41	100%

Nota. En esta tabla se registraron los datos obtenidos del diagnóstico contable de la segunda pregunta realizada en la encuesta. Fuente: Autores del proyecto.

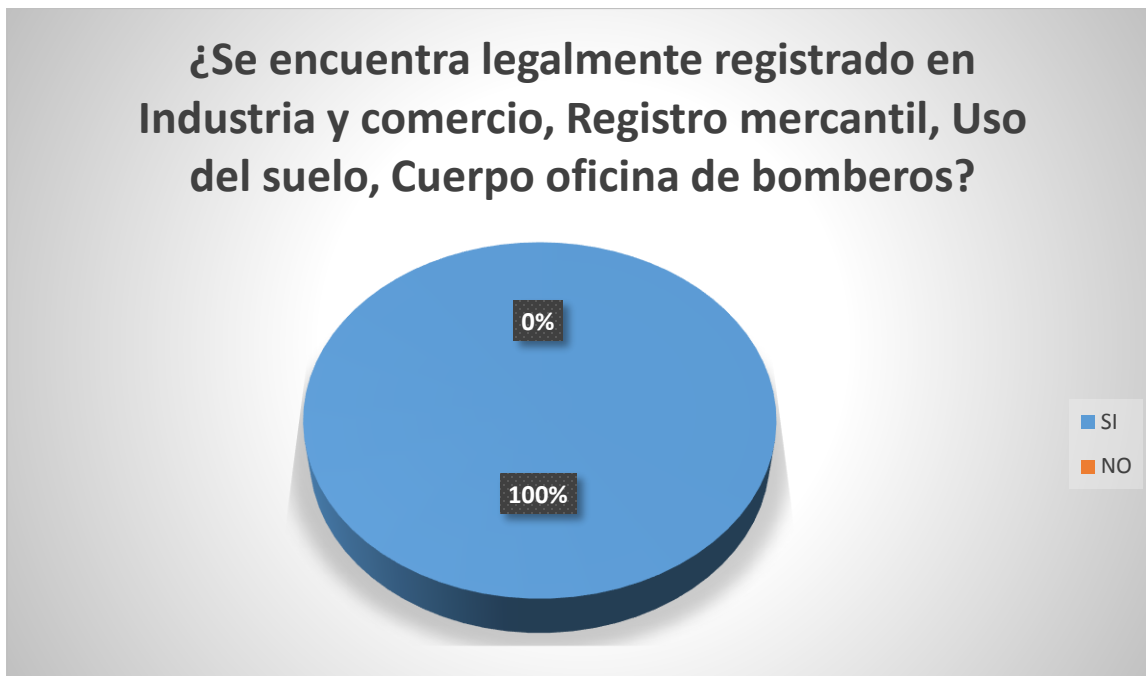


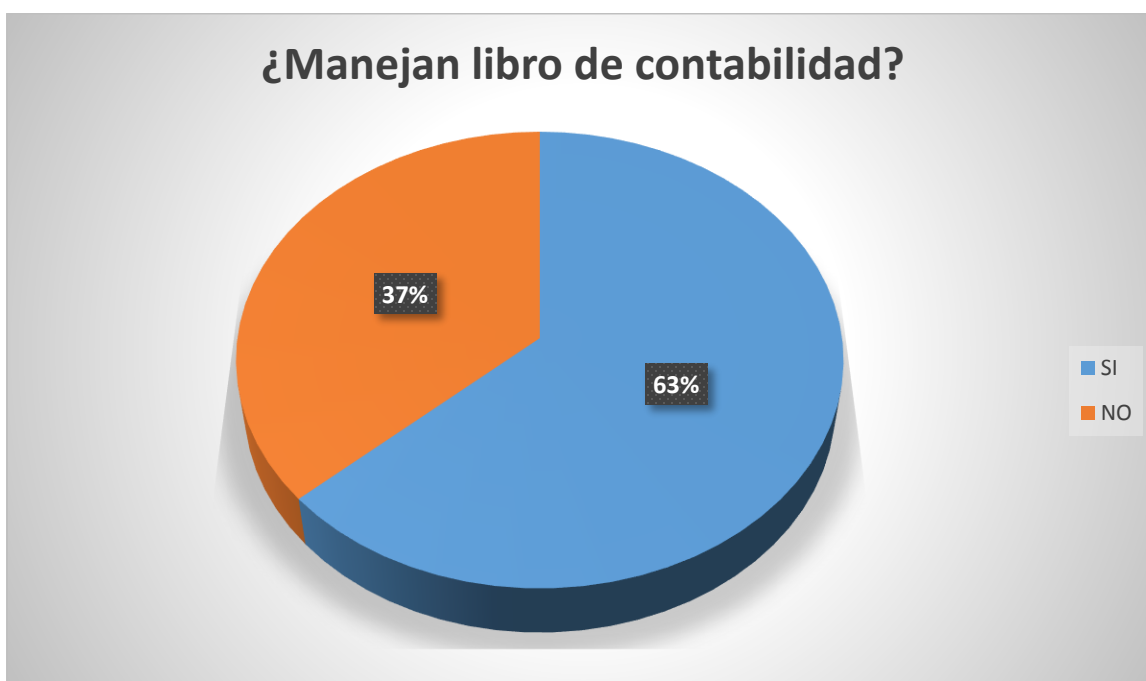
Figura 2. ¿Se encuentra legalmente registrado en Industria y comercio, Registro mercantil, Uso del suelo, Cuerpo oficina de bomberos?.

Según el gráfico (Ver Figura 2) el 100% de los comerciantes del sector panadería del municipio de Ocaña, tienen conocimiento acerca del cumplimiento para estar legalmente constituidos.

Tabla 4*¿Manejan libro de contabilidad?*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	32	78%
NO	9	22%
TOTAL	41	100%

Nota. En esta tabla se registraron los datos obtenidos del diagnóstico contable. Fuente: Autores del proyecto.

**Figura 3.** ¿Manejan libro de contabilidad?

Según el gráfico (Ver Figura 3), en el municipio de Ocaña, Norte de Santander un alto porcentaje del 78% de los comerciantes del sector panadería tienen claridad sobre la importancia de llevar libros de contabilidad, y un porcentaje del 22% de la población no cumple con la importancia de manejar los libros contables, ya que no ven la necesidad.

Tabla 5

¿Requieren de los servicios de un contador público?

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	27	65%
NO	14	35%
TOTAL	41	100%

Nota. En esta tabla se registraron los datos obtenidos del diagnóstico contable. Fuente: Autores del proyecto



Figura 4. ¿Requieren de los servicios de un contador público?.

Según el gráfico (Ver Figura 4), un 65% de los comerciantes del sector panadería requieren de los servicios de un contador público, y un 35% de la población no lo requiere, donde los encuestados mencionaron que solo les genera un gasto más.

Tabla 6

¿Son responsables en la renovación de los documentos para la legalidad del establecimiento?

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	41	100%
NO	0	0%
TOTAL	41	100%

Nota. En esta tabla se registraron los datos obtenidos del diagnóstico contable. Fuente: Autores del proyecto.

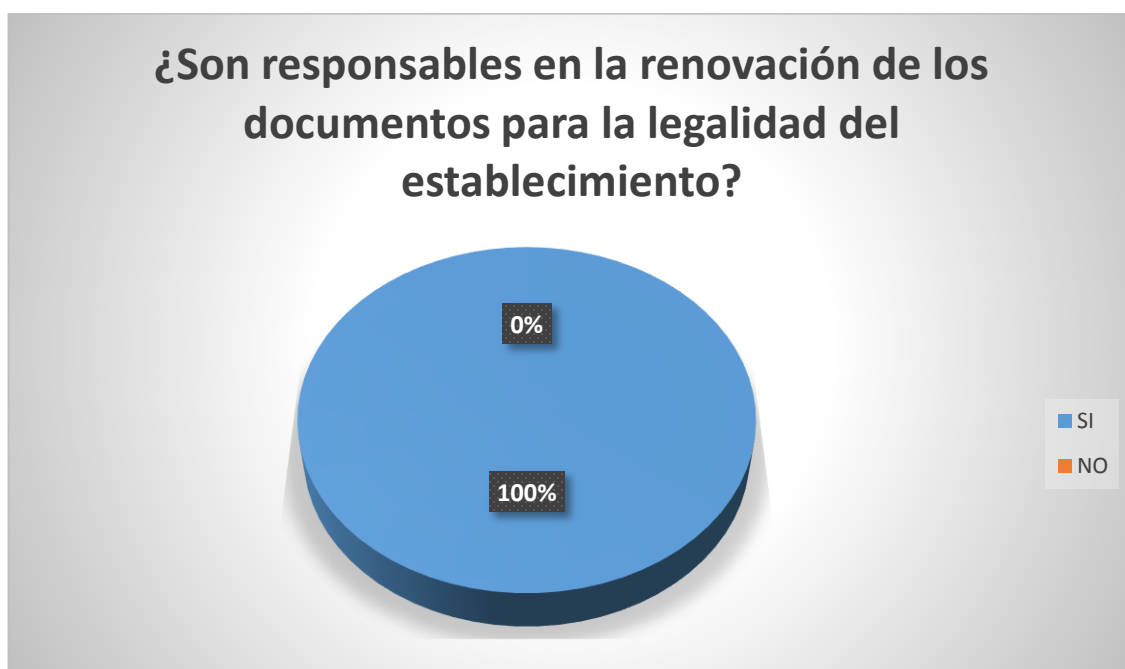


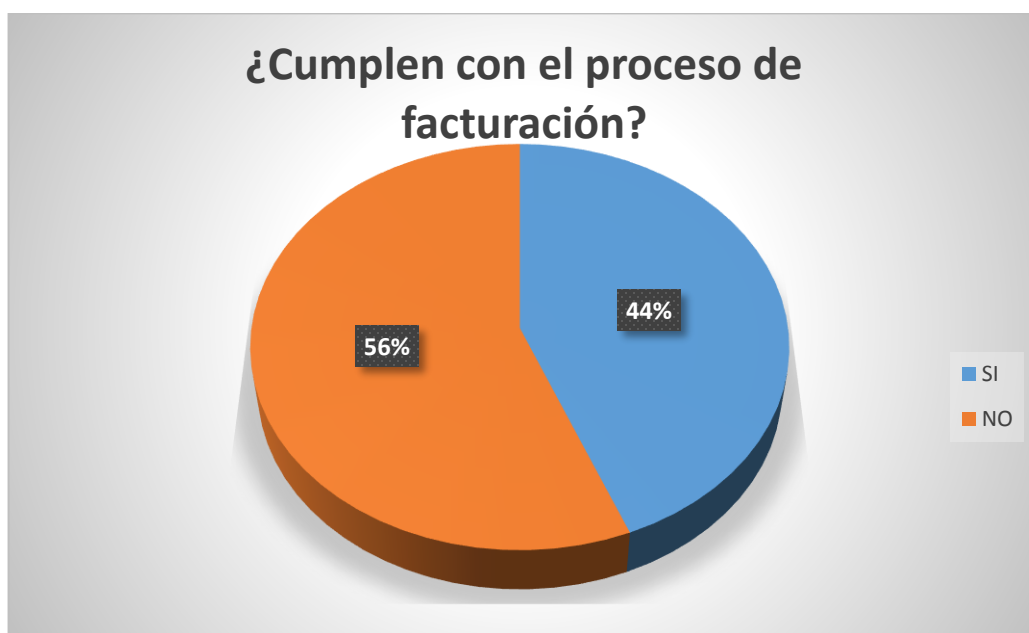
Figura 5. *¿Son responsables en la renovación de los documentos para la legalidad del establecimiento?*

Según el gráfico anterior, el 100% de los comerciantes son responsables en la renovación de los documentos para la legalidad del establecimiento, cumplen con el deber porque no les gustaría ser multados.

Tabla 7*¿Cumplen con el proceso de facturación?*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	43,9%
NO	23	56,1%
TOTAL	41	100%

Nota. En esta tabla se registraron los datos obtenidos del diagnóstico contable. Fuente: Autores del proyecto.

**Figura 6.** ¿Cumplen con el proceso de facturación?

Según el gráfico (Ver Figura 6), el 43,9% de los comerciantes del sector panadería de la ciudad de Ocaña, conoce y aplica el proceso de facturación y su importancia, a diferencia del otro 56,1% de comerciantes que no cumple con este proceso que es de suma importancia en el momento de registrar sus ventas.

Teniendo en cuenta la herramienta aplicada en los diferentes comerciantes del sector panadería de la ciudad de Ocaña, en donde se acudió a sus representantes legales con el fin de conocer la constitución legal del establecimiento y el proceso contable.

La contabilidad, es una herramienta empresarial que permite el registro y control sistemático de todas las operaciones que se realizan en las empresas. Es un sistema adaptado para clasificar los hechos económicos que ocurren en un negocio, de tal manera que se constituya en el eje central para llevar a cabo los diversos procesamientos que conducirán a la obtención del máximo rendimiento económico que implica en constituir una empresa determinada. (PAEZ JACOME, 2016)

De acuerdo a la investigación realizada en el sector de panaderías de la ciudad de Ocaña, se obtuvo conocimiento de que la mayoría de estos comerciantes utilizan un sistema de contabilidad, unos en parte manuales y otros de forma sistematizada; sin embargo el 33% no se interesa por ello, sin descartar la posibilidad de implementarla en su empresa, puesto que aseguran que es una buena forma de llevar un control financiero.

5.2 Analizar el comportamiento tributario de los responsables del impuesto al consumo en el sector panadería.

La evasión tributaria, es una apariencia jurídica motivada por la carencia de pago de los tributos que establece la ley, en el desempeño de nuestra investigación podemos aclarar que la mayoría de los comerciantes del sector panadería realizan diferentes mecanismos para eludir la

implementación de impuestos que les pertenece como comerciantes y la contribución en sus responsabilidades.

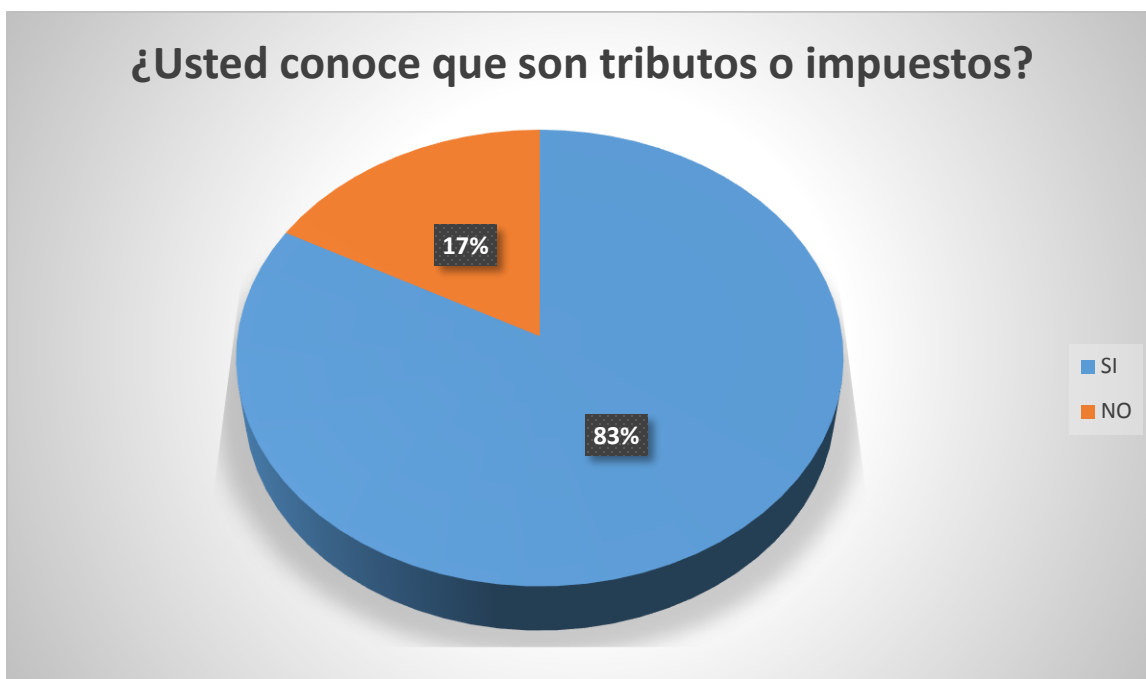


Figura 7. ¿Usted conoce que son tributos o impuestos?

Según el gráfico (Ver Figura 7), El 83% de los contribuyentes del sector panadería de la ciudad de Ocaña, tiene conocimientos sobre que son tributos o impuestos, a diferencia del 17% que no conoce sobre este tema.

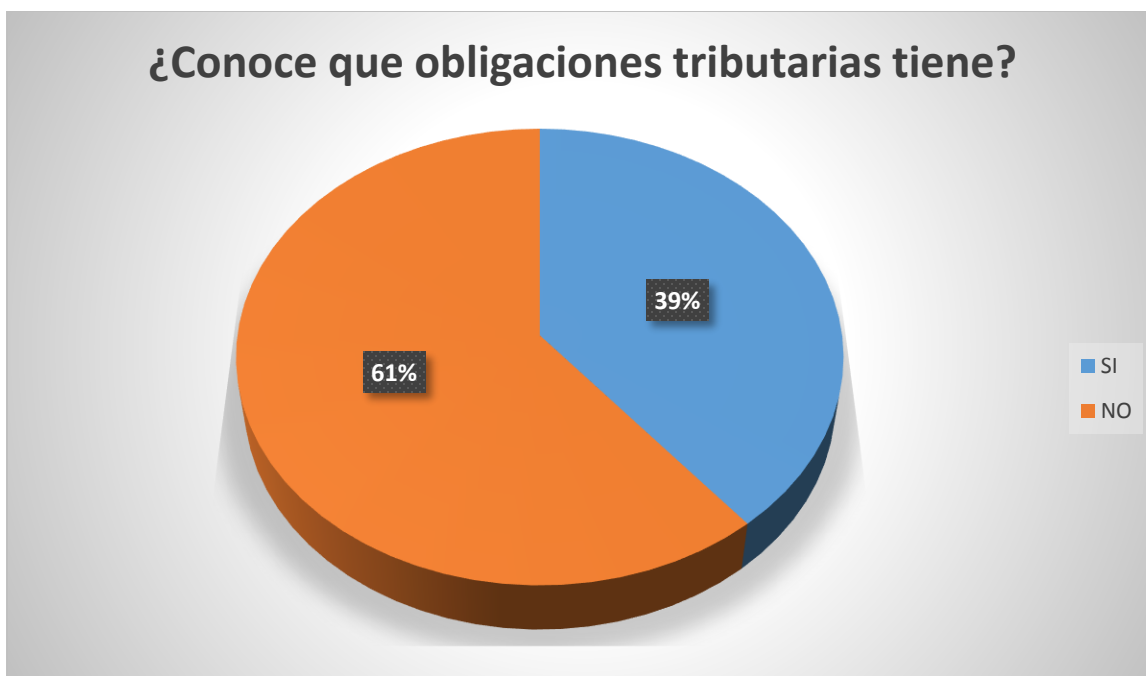


Figura 8. ¿Conoce que obligaciones tributarias tiene?

Según esta ilustración, el 39% de los contribuyentes del sector panadería, conocen sobre sus obligaciones tributarias en el momento de contribuir, a diferencia del 61% que no tienen completo conocimiento sobre las obligaciones a las que deben contribuir y por esta desinformación se presentan evasiones de impuestos.

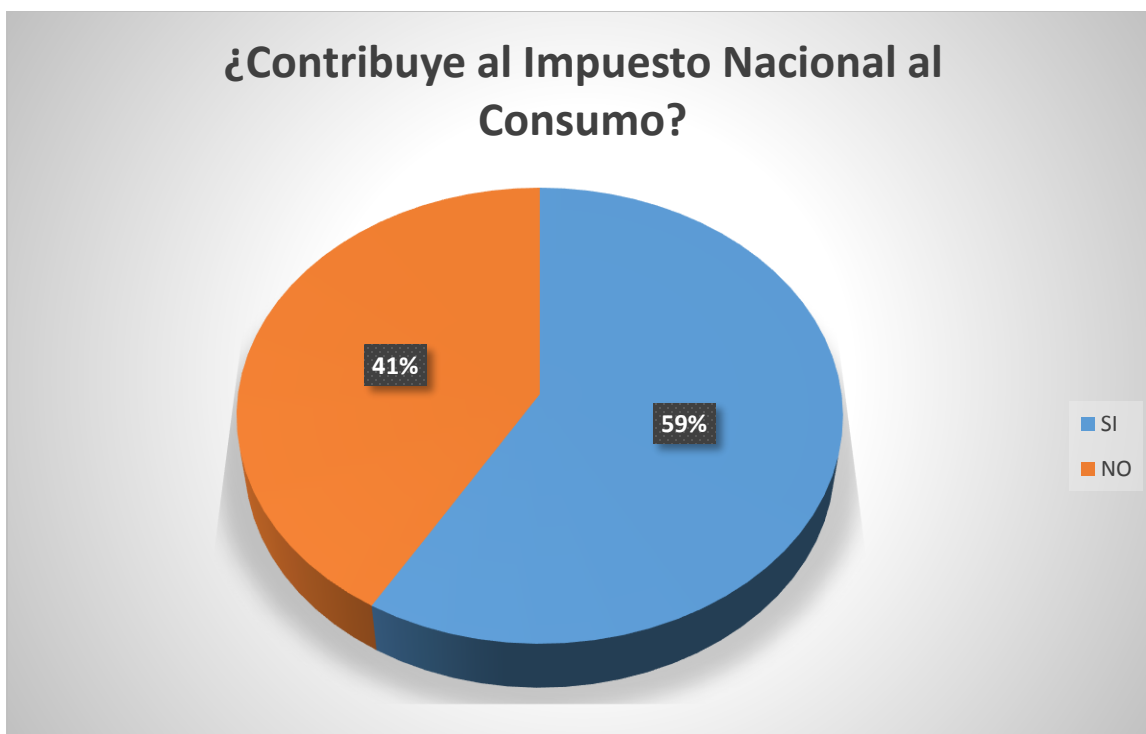


Figura 9. ¿Contribuye al Impuesto Nacional al Consumo?

Según el gráfico anterior, esta pregunta se realizó para ser más preciso en el momento de saber si los establecimientos contribuyen contribuyen al Impuesto Nacional al Consumo, como resultado fue del 59% de los contribuyentes en el sector panadería en el municipio de Ocaña.

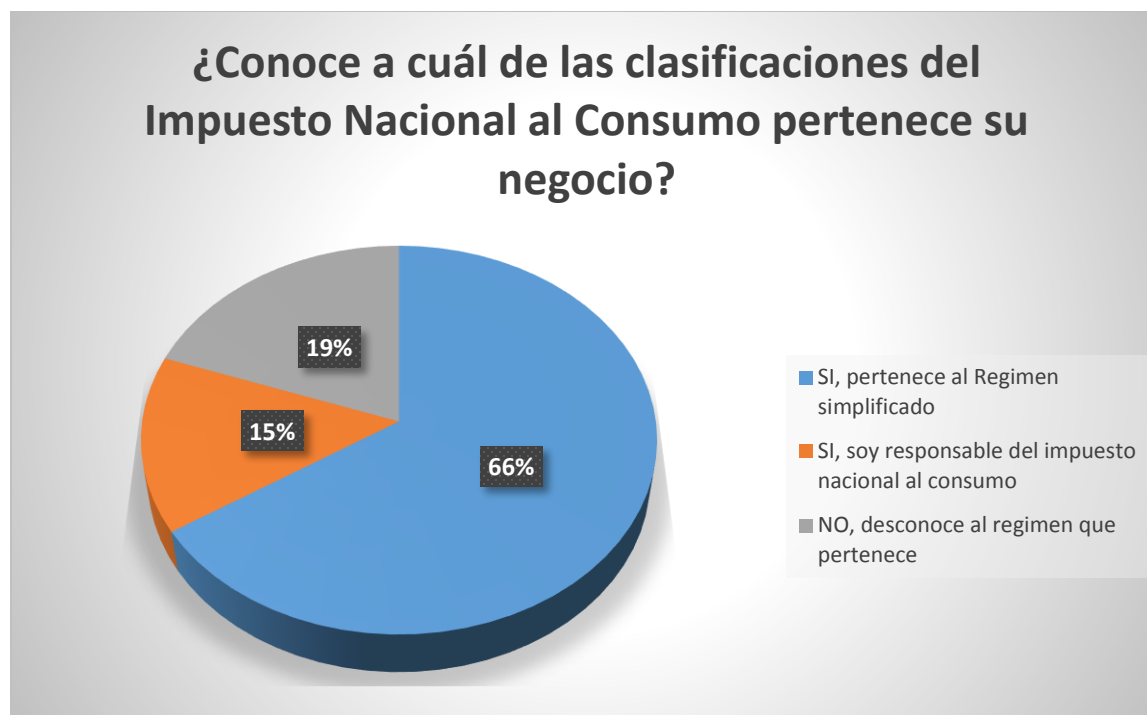


Figura 10. ¿Conoce a cuál de las clasificaciones del Impuesto Nacional al Consumo pertenece su negocio?

Según la ilustración (Ver Figura 10), de los 41 comerciantes encuestados se observa que el 19% no tiene conocimiento del régimen al que pertenecen representadas en 8 contribuyentes. También Se pudo determinar que el 66% (27 contribuyentes) afirman pertenecer al régimen simplificado del Impuesto Nacional al Consumo INC, en algunos casos estas personas lo asociaban al régimen simplificado de las ventas. El 15% (6 contribuyentes) se encuentra clasificado en responsables del INC.

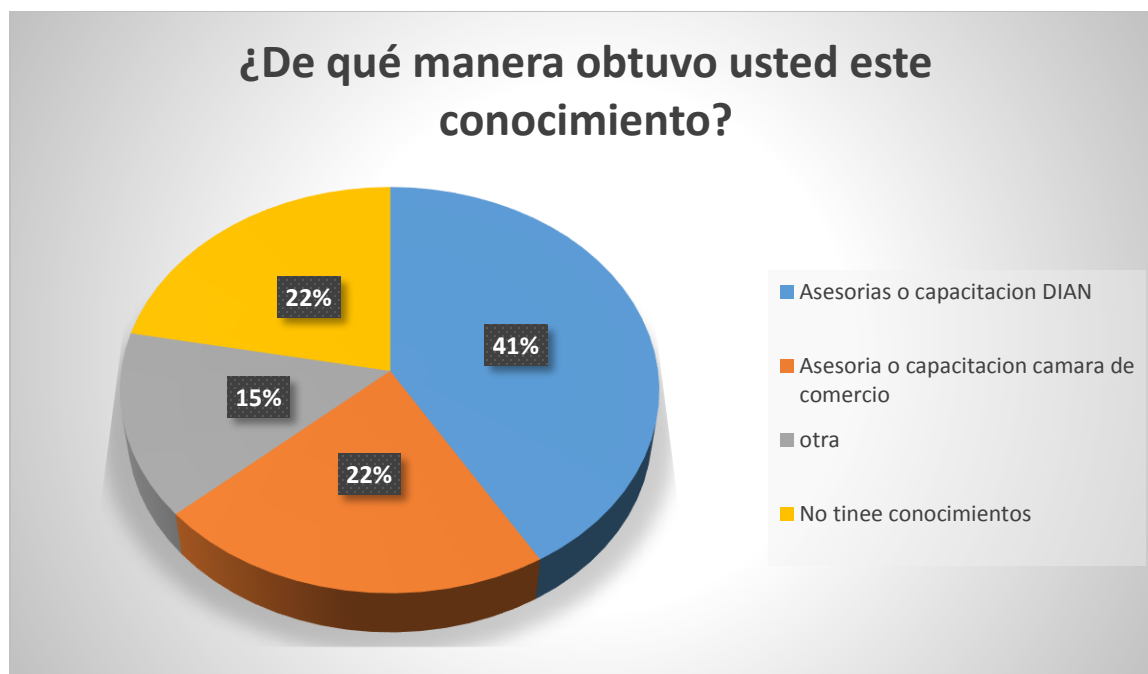


Figura 11. ¿De qué manera obtuvo usted este conocimiento?

Según la ilustración anterior, se observó que el 41% manifestó haber obtenido este conocimiento a través de capacitaciones de la DIAN y que el 22 % obtuvo información de este impuesto por capacitaciones de cámara y comercio, el 15% que dijo poseer esta información por otro medio (contadores públicos) y el 22% no tiene conocimiento donde manifiestan que por falta tiempo para asistir a capacitaciones que organizan la DIAN y cámara de comercio en el municipio de Ocaña.



Figura 12. ¿Según su criterio el conocimiento que posee del Impuesto Nacional al Consumo es?

Según el gráfico (Ver Figura 12), se buscó medir conocimiento de los contribuyentes del sector panadería sobre el Impuesto Nacional al Consumo, y se obtuvo el 22% respondieron que no tienen ningún conocimiento de este impuesto, el 32% cuenta con conocimiento insuficiente sobre este impuesto reflejando que más de la mitad de la población en estudio no tiene el conocimiento necesario para poder cumplir con todas la obligaciones de este tributo.

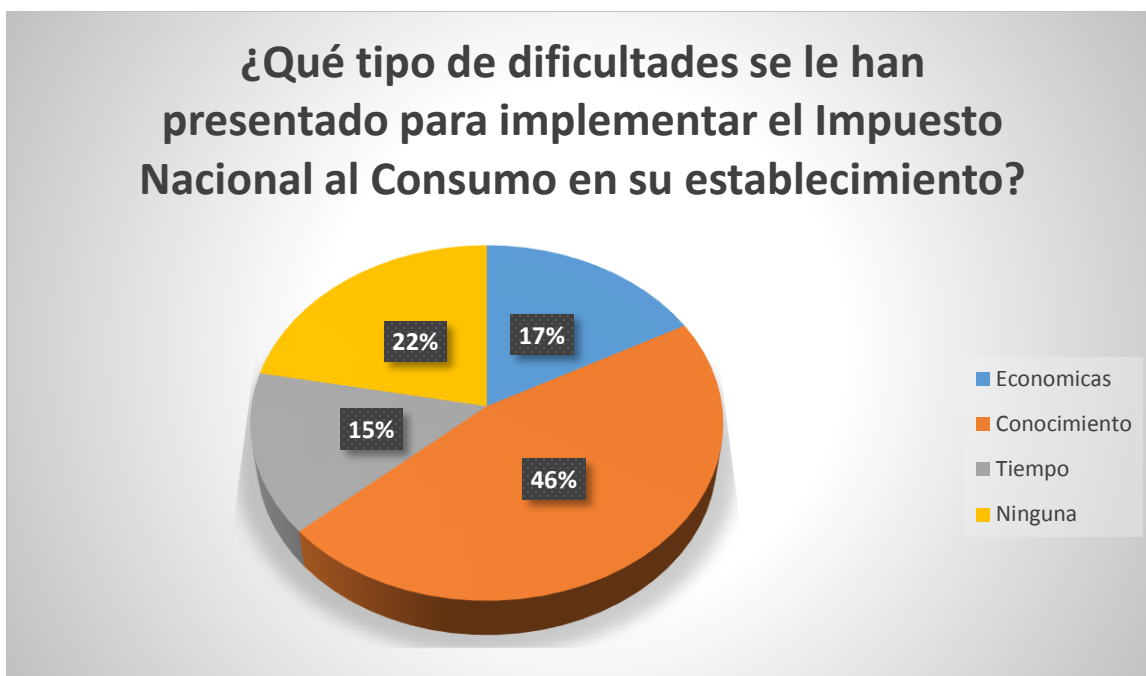


Figura 13. ¿Qué tipo de dificultades se le han presentado para implementar el Impuesto Nacional al Consumo en su establecimiento?

Según el gráfico (Ver Figura 13), la mayor dificultad con un 46% fue el conocimiento, al momento de responder esta pregunta algunas personas manifestaron no tener suficiente información. El 17% respondió que les genera gasto implementarlo. El 15% por falta de tiempo y el 22% de la población manifiestan no tener ninguna dificultad para cumplir las obligaciones del Impuesto Nacional al Consumo.



Figura 14. ¿Se siente conforme con su conocimiento sobre el Impuesto Nacional al Consumo?

Según el gráfico (Ver Figura 14), con esta pregunta se pudo medir que tan conforme se siente la población encuestada responsable del Impuesto Nacional al Consumo en el sector panadería con respecto al conocimiento de este tributo, y se encontró que el 95% asegura sentirse inconforme, pues al momento de responder decían no saber cuáles son las obligaciones que deben cumplir.

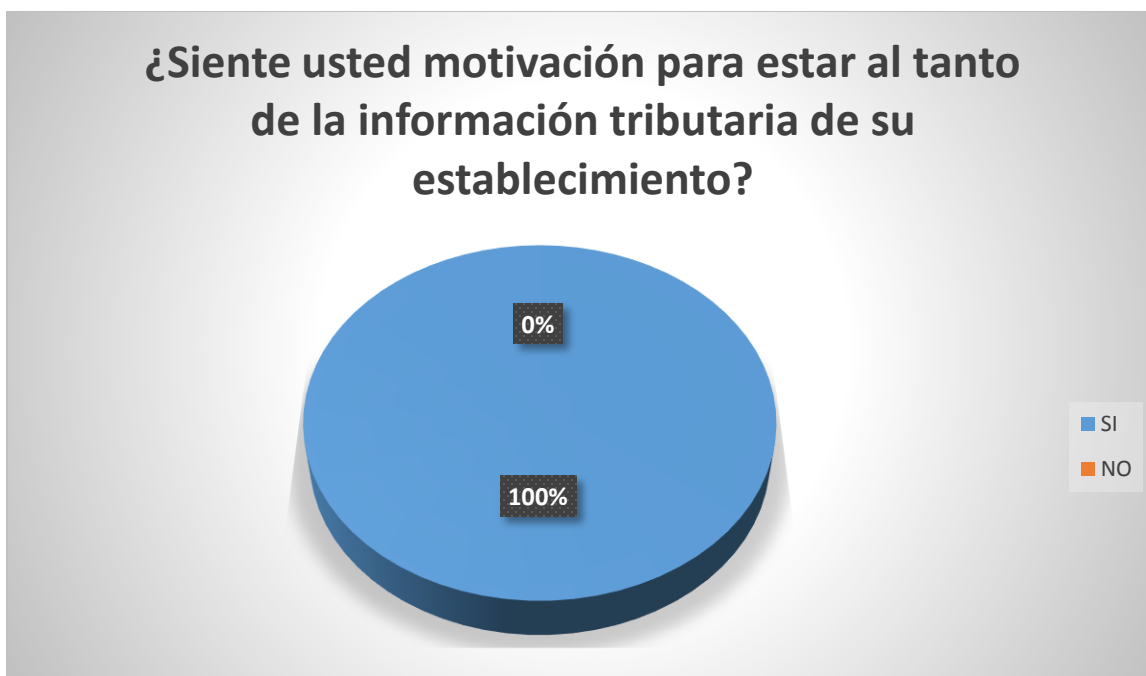


Figura 15. ¿Siente usted motivación para estar al tanto de la información tributaria de su establecimiento?.

Según el gráfico (Ver Figura 15), se realizó esta pregunta con el fin de saber si los contribuyentes que tienen establecimientos de comercio se sienten interesados en conocer la normatividad, ya que está va cambiando regularmente, el 100% de los encuestados dicen estar motivados en conocer la información tributaria relacionada con sus establecimientos.



Figura 16. ¿Sobre qué tema relacionado con el Impuesto Nacional al Consumo le gustaría conocer?

Según el gráfico (Ver Figura 16), Con la última pregunta de la encuesta se obtuvo como resultado que el 71% de la población encuestada desea obtener conocimiento sobre todos los temas relacionados con el Impuesto Nacional al Consumo.

5.3 Establecer estrategias que coadyuven al contribuyente del Impuesto al Consumo para que cumplan tributariamente y así eviten sanciones que deterioren su patrimonio.

En el municipio Ocaña Norte de Santander se pudo evidenciar a través de la encuesta realizada a los contribuyentes en el sector panadería que existe desconocimiento sobre el Impuesto Nacional al consumo y las obligaciones del mismo, con la información que se obtuvo

elaboramos estrategias en el cual serian de gran ayuda para que el contribuyente cumpla con este impuesto y disminuya la evasión.

- Realizar campañas de educación y sensibilización haciendo énfasis en la importancia que tiene para la ciudad de Ocaña y para los comerciantes la implementación del Impuesto Nacional al Consumo.
- Otorgar Incentivos tributarios por la implementación del INC ya que el contribuyente se abstiene de hacerlo por gastos que le genera.
- Generar un mecanismo de orientación adecuada para el Contribuyente, brindando facilidades en el momento de liquidar y pagar su impuesto.
- Extender los medios de recaudo se facilite a los contribuyentes hacer el trámite de una manera segura, fácil y ágil.

Capítulo 6. Conclusión

- Se determinó que en servicio de restaurante sector panadería, los comerciantes cumplen con estar legalmente constituidos pero carecen de la importancia de llevar una contabilidad adecuada en su establecimiento.
- La inexistencia de cultura ciudadana es la principal causa de evasión, los comerciantes perciben un menor compromiso para no cumplir con la implementación del INC al no recibir ninguna clase de incentivo por parte de las entidades que regulan este impuesto.
- Fue importante elaborar estrategias basadas en procesos de motivación, donde se capacite, se brinde información adecuada y se concienticé al comerciante de sus deberes y responsabilidades para generar una mejor cultura tributaria.

Capítulo 7. Recomendaciones

- Deberán tener como respaldo la asesoría por personas que tenga las capacidades necesarias para generar conocimientos sobre la importancia de mantener una contabilidad adecuada y así evitar deterioro en su patrimonio.
- Establecer incentivos donde el comerciante sienta que es retribuido y favorable implementar y contribuir al Impuesto Nacional al Consumo.
- Orientar a los comerciantes del sector panadería para que participen en campañas realizadas por los entes encargados sobre la importancia de implementar y contribuir el Impuesto Nacional al Consumo.

Referencias

- Aguirre de Espinoza, R. (2011). Tributación. Recuperado de <http://trinitributario.2011/03/tributacion-tributacion-concepto-se-usa.html>
- Alcaldía de Cúcuta. (2018). Ocaña Norte de Santander. Recuperado de <http://www.cucutanuestra.com/temas/geografia/municipios/region-norte/ocana/ocana.htm>
- Bedoya, A. M. (2014). Breve Historia de los Impuestos en Colombia. Recuperado de <https://www.lifeder.com/historia-impuestos-colombia/>
- Gómez Ceron, J. G. (2013). Aspectos tributarios de las panaderías. Recuperado de <http://www.centrocontable.com.co/index.php/noticias-de-interes/tributario/item/33-aspectos-tributarios-de-las-panaderias#.Wv-b-NwlfIU>
- Clavijo, S. (2005). Tributación, equidad y eficiencia en Colombia. Recuperado de <http://banrep.gov.co/docum/ftp/borra325.pdf>
- Congreso de Colombia. (2015). Ley 1314 del 2019. Recuperado de http://www.ctcp.gov.co/_files/documents/DOC_CTCP_8P6QG_246.pdf
- Congreso de Colombia. (2016). Impuesto Nacional al Consumo. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=68189>
- DIAN (2018). Preguntas frecuentes sobre gestión de comercio exterior. Recuperado de <https://www.dian.gov.co/atencionciudadano/infoconsulta/Paginas/GestionComEx.aspx>
- DIAN (2018). Presentación. Recuperado de <https://www.dian.gov.co/dian/entidad/Paginas/Presentacion.aspx>
- Domínguez, D. F. (2014). Régimen Tributario. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4759049>

- Hernandez Bedoya, A. M. (s.f). Breve Historia de los Impuestos en Colombia. Recuperado de <https://www.lifeder.com/historia-impuestos-colombia/>
- Comunidad Contable. (2016). Impuesto nacional al consumo, lo que debe saber. Recuperado de <http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/Otros/impuesto-nacional-al-consumo.asp>
- López Lemus, F. A., y Zorro Socha, Y. T. (2015). *Análisis del comportamiento tributario de los responsables del impuesto nacional al consumo para las actividades económicas 1081, 5611, 5613Y 5619 en el municipio de Paipa* (Tesis de pregrado), Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Sogamoso, Colombia
- Salazar López, B. S. (2016). Impuesto al Valor Agregado – IVA. Recuperado de <https://www.abcfinanzas.com/finanzas-personales/impuestos/que-es-el-impuesto-al-valor-agregado-iva>
- Navarro Clavijo, I. (2015). Investigación de mercados para determinar la aceptación de una distribuidora de artículos e insumos de panadería, reposterías y pastelerías en el mercado de Ocaña. Ocaña, Colombia Recuperado de <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/783/1/27916.pdf>: Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.
- Neira Triana, A. C. (2014). Gestión tributaria en el marco de la Ley 1607 de 2012. Recuperado de <http://bdigital.unal.edu.co/49972/1/1013599878.2014.pdf>
- Ortiz, S. P. (2015). Leyes que regulan la contaduría pública en Colombia en Colombia. Recuperado de <https://es.calameo.com/books/00045936814f185ee5c8d>
- Porrás, D. (2017). Impuesto de las ventas, Impuesto Nacional al Consumo. Recuperado de <https://cdn.actualicese.com/normatividad/2017/Conceptos/C05315-17.pdf>

- Quecedo, R. C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. Revista de Psicodidáctica.
- Ramos, J. N. (2010). Marco legal de la tributación. Recuperado de <https://www.Marco-legal-de-la-tributaci%C3%B3n-en-colombia-F3ZEMAPZBZ>
- Rivas, A. (2012). ¿Cómo sacar el rut en Colombia? Recuperado de <https://www.colconectada.com/como-sacar-el-rut-en-colombia/>
- Rodriguez, I. H. (2014). tributacion y desarrollo en perspectiva.
- Valencia, S. y Diaz, Y(2012). Análisis al proceso de correspondencia externa recibida en la dirección seccional de impuestos y aduanas nacionales (DIAN) Buenaventura (Tesis de grado). Universidad del Valle, Sede Pacífico, Buenaventura, Valle.
- Vazques, M. y Jiménez L. (2015). Análisis del comportamiento tributario de los comerciantes en el sector del mercado público de la ciudad de Ocaña Norte de Santander. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Ocaña, Colombia
- Zuluaga, J. H. (2017). Impuesto nacional al consumo. Recuperado de <https://doctrina.vlex.com.co/vid/impuesto-nacional-consumo-677632681>

Apéndices

Apéndice A. Modelo de encuesta realizada sobre el Impuesto Nacional al Consumo a los comerciantes del servicio de restaurante sector panadería en el municipio de Ocaña Norte de Santander.



IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO

POBLACION OBJETO DE ESTUDIO

Dirigida a los responsables del impuesto nacional al consumo en el servicio de restaurante sector panadería del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Objetivo: determinar el comportamiento tributario presentado por los responsables del impuesto nacional al consumo de los comerciantes en el servicio de restaurante sector panadería en Ocaña.

1. ¿El representante legal se encuentra matriculado en el Registro Único Tributario - RUT?
 - SI
 - NO

2. ¿Se encuentra legalmente registrado en?
 - Registro mercantil
 - Industria y comercio
 - Uso del suelo
 - Cuerpo oficina de bomberos
 - Otro _____

3. ¿Manejan libro de contabilidad?
 - SI
 - NO

4. ¿Requieren de los servicios de un contador público?
 - SI
 - NO

5. ¿Son responsables en la renovación de los documentos para la legalidad del establecimiento?
 - SI
 - NO



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL, OCAÑA N. DE S.
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBE: 097-5690088
www.ufpsu.edu.co





UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

NIT. 800 163 130-0

6. ¿Cumplen con el proceso de facturación?

- SI
 NO

7. ¿Usted conoce que son tributos o impuestos?

- Si
 No

8. ¿Conoce que obligaciones tributarias tiene?

- Si
 No

9. ¿Contribuye al Impuesto Nacional al Consumo?

- Si
 No

10. ¿conoce a cuál de las clasificaciones del Impuesto Nacional al Consumo pertenece su negocio?

- Si, pertenece al régimen simplificado
 Sí, soy responsable del impuesto nacional al consumo
 No, desconozco al régimen que pertenece

11. ¿De qué manera obtuvo usted este conocimiento?

- Investigación propia
 Asesorías o capacitación DIAN
 Asesoría o capacitación cámara de comercio
 Otra, cual _____
 No tiene conocimientos

12. ¿Según su criterio el conocimiento que posee sobre el Impuesto Nacional al Consumo es?

- Ninguno
 Insuficiente
 El necesario
 Muy bueno



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL, OCAÑA N. DE S.
 Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088
www.ufps.edu.co





UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

NIT. 800 163 130 - 0

13. ¿Qué tipo de dificultades se le han presentado para implementar el Impuesto Nacional al Consumo a su establecimiento?
- Económicas
 - Conocimiento
 - Tiempo
 - Ninguna
14. ¿se siente conforme con su conocimiento sobre el Impuesto Nacional al Consumo?
- Si
 - No
15. ¿siente usted motivación para estar al tanto de la información tributaria de su establecimiento?
- Si
 - No
16. Sobre qué tema relacionado con el Impuesto Nacional al Consumo le gustaría conocer?
- Declaración
 - Sanciones
 - Todas las anteriores
 - Otras,
cual _____



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL, OCAÑA N. DE S.
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBR: 097-5690088
www.ufps.edu.co



Apéndice B. Evidencias fotográficas realizando las encuestas a los comerciantes en los establecimientos del servicio de restaurante sector panadería.



Fuente: Autores del proyecto



Fuente: Autores del proyecto



Fuente: Autores del proyecto



Fuente: Autores del proyecto



Fuente: Autores del proyecto



Fuente: Autores del proyecto



Fuente: Autores del proyecto